

用友网络科技股份有限公司董事长王文京——

## 数智服务成就“用户之友”

本报记者 李景

“当前，对企业而言，数智化已经不只是发展的机遇，更是企业生存与发展的必须。”在2020(第十九届)中国企业领袖年会上，用友网络科技股份有限公司董事长王文京的发言引起大家的共鸣。

用友掌舵人王文京的观点代表了云服务行业的趋势，在一定程度上也说明了当前企业数智化转型的紧迫性。

作为中国最大的企业软件和企业云服务提供商，用友位居中国企业SaaS市场份额第一，并在财务云、工业云、供应链云等市场占有率排名第一，已累计为627万家企业提供了云服务。“数智化转型事关企业生存，这个观点不是我第一个提出的，但我赞同这种判断。”王文京接受经济日报记者专访时表示。

熟悉王文京的人都知道，这位从业32年的“中国软件大王”，行事向来稳健低调，从不说大话。无论是1988年迎着中关村创业浪潮下海做财务软件，还是此后转向ERP企业管理软件，再到近年来转型企业云服务提供商，他都踏在了每一个行业转折的关键节点上。现在，通过构建和运营全球领先的商业创新平台推进企业数智化，服务企业商业创新成了王文京的目标。

当前，越来越多的企业推进基于数智化的商业创新，包括产品与业务创新、组织与管理变革，有没有数智化，企业的竞争力会完全不同。在王文京看来，数智化赋能将成为企业高质量发展的利器。

## 拥抱数智变革

数智化概念于2019年兴起，如果你上网搜索它的准确定义，大多数搜索结果都会给你这样一个答案：“数智化是企业运用新一代数字与智能技术，推进企业转型升级、创新发展，实现更高经营绩效、更强竞争优势、更可持续发展的过程。”这个在网上广为流传的定义，其出处正是源自王文京对数智化的实践与研究。

外表温文尔雅、谈吐沉着理性的王文京身上透着一股学者气息，他以很强的逻辑和语言表达能力，将数智化讲得既通俗易懂又不失专业严谨。

“可以把企业实现数智化分为三个阶段理解：数字化、在线化、智能化。首先，企业将内部管理、营销、供应链等环节数字化后，形成数据进行存储传输，随后又将数据实现在线化管理和运营，最后再通过人工智能技术打通数据，实现决策智能化的目标。”王文京进一步解释，数智化并不是什么颠覆性概念，而是企业为适应商业演进

自然而然要走上发展的路径。其实，无论是数字化还是数智化，都是在新一代数字与智能技术框架内运行，这些技术就包括如今耳熟能详的移动互联网、云计算、大数据、物联网、5G、区块链、人工智能等信息技术。

2018年，王文京就提出，“未来所有企业都会成为数字化企业”。随着技术的发展，2020年，他把这一观点更新为“未来所有企业都是数智化企业”。一字之差，却有很大不同。

“数智化相比数字化，更强调对人工智能的应用。”王文京表示，数字化以大数据分析处理为基本特征，智能化是以人工智能等为核心要素，数智化就是二者在企业运营过程中的融合与应用。“简单理解，数智化就是‘数字化+智能化’，是在数字化基础上的更高诉求。从经营理念上看，数字化是企业级应用，以企业内部管理为核心，满足相对确定性的需求；数智化则是平台级应用，更加侧重企业间、产业链上下游的价值连接，满足企业个性化需求。数智化在提升企业经营效率的同时，更重要的是帮助企业实现商业创新。”

## 驱动商业创新

通过数智化实现商业创新，是当今企业的发展与生存之道。新冠肺炎疫情大大加快了各行各业数智化转型的速度。过去几个月，线下零售、教育、娱乐餐饮、生产制造受到严重影响，而线上零售、教育、办公等则迎来飞速发展。疫情给很多企业上了一课——数智化并非是有可无的战略规划，它正在影响企业的命运。

“在推进企业数智化上，不同的企业所处的状态不同，行动力强的企业在引领，看清楚的企业在行动，没看清楚的企业在焦虑，少数还没意识的企业将被淘汰。”王文京的观点很犀利。通过用友的财报就会发现，2020年第三季度用友云服务业务实现收入6.3亿元，同比增长102.6%。其中，大中型企业云服务业务收入同比增长93%，小微企业云服务业务收入同比增长125.8%，新增客户数量30.06万家。这意味着企业云服务市场空间仍然很大，越来越多企业正走在数智化转型的路上。

那么，如何通过数智化服务企业商业创新？王文京给出的解决方案是在2020年8月推出用友YonBIP商业创新平台。

在他看来，商业创新包括两方面，第一是产品和业务创新，第二是组织和管理变革。YonBIP正是利用新一代数字和智能技



用友网络科技股份有限公司董事长王文京。

(资料照片)

术，实现企业商业创新的综合服务平台，同时也是王文京推动用友3.0战略的关键一步。

“信息技术在企业应用经历了三个发展阶段。”王文京告诉记者，1.0是电脑化阶段，代表应用是财务、OA办公系统，属于部门岗位级应用。上世纪90年代进入2.0信息化阶段，ERP企业资源管理系统广泛应用。如今进入3.0数智化阶段，在这个阶段，系统已经解决不了当前的企业需求，应建立一个商业创新平台满足企业数智化转型需求。

“ERP是美国公司提出来的，商业创新平台(BIP, Business Innovation Platform)是用友提出来的，我认为当前的中国企业也到了在各自领域建立新理念、新概念的时候。”王文京说话总是不疾不徐，但充满自信。

## 构建平台生态

2020年8月，用友在全国多地举办了2020用友商业创新大会，无论哪个会场都摆满YonBIP的宣传海报，宣传文案也很符合IT行业的简约风格：“YonBIP商业创新如此便捷——四大全新技术架构(云原生、微服务、中台化、数用分离)，四大PaaS平台(技术平台、数据中台、智能中台、业务中台)，八大领域服务(营销、采购、制造、供应链、金融、财务、人力、协同)。”海报内容直截了当，甚至没有多余内容。

才能培育出企业的核心竞争力。

善于研究是王文京给笔者留下的又一深刻印象。作为企业领导者，他非常善于接受和学习新技术，经常总结管理方法和技术理念，通过不断研究打磨，最终形成了自己的理论体系并成为公司战略发展的指导方针，甚至成为引领行业发展的新理念。

王文京的成功既有个人色彩又极具代表性。出色的企业家在变幻莫测的市场发展潮流中，不仅需要时刻更新头脑，还要保持专注和定力，审时度势、锐意进取，为社会和用户创造价值，最终带领企业赢得市场认可。

## 感言

## 勇于探索 保持专注

李景

作为中关村创新创业的典型代表和国内IT产业的标志性人物，“非科班”出身的王文京最终成为行业翘楚，不仅因为他赶上了时代的快车、选对了行业赛道，更重要的是他拥有勇于探索并保持专注的企业家精神。

温文尔雅、稳健平和，这是王文京给外界的印象，但他骨子里却憋着一股勇往直前的闯劲儿。回顾用友发展的32年，从企业财务软件到企业信息化管理系统，再到



北京用友产业园。

(资料照片)

## 人物特写

“我就是个农民，一辈子就想干好一件事，就是把五常大米种好、卖好。”47岁的乔文志说，“2020年东北地区遭受三场台风侵袭，我们新品种的抗倒伏性得到了验证，品种的改良为稻米丰收奠定了基础。”

提起乔文志，粮油行业以外的人可能不熟悉，但提起五常大米，几乎是家喻户晓。在五常大米品牌发展中，乔文志功不可没。如今，乔文志不仅是2020年“全国十佳农民”，还是黑龙江省五常市杜家王家屯现代农业农机专业合作社理事长、五常市乔府大院农业股份有限公司董事长，合作社是国家农民专业合作社示范社，企业则是国家级农业龙头企业。

## 加工出最好的大米

“创业之初，我揣着2万元到北京卖五常大米。当年的想法很简单，就是觉得五常大米好，我要把它卖个好价钱。不过，当时的五常大米杂质多，也没有自己的品牌。”乔文志回忆，为了加工出最好的大米，他跑遍全国，引进山东日照、杭州萧山、湖南郴州等地稻米加工设备，并集成研发出一条国内领先的稻米加工生产线，建起了第一个现代化厂房。果然，用新设备加工出的五常大米很受客户欢迎。

消费者觉得五常大米好吃，这与它的地域、土质、气候、环境、品种分不开。因此，市场上出现大量仿冒品牌，还有一些东北产的相近品种也打着五常大米的旗号销售，这令五常当地的很多大米生产企业陷入了尴尬。只做大米加工，很难从源头上保证稻米的“真”与“好”，如何让消费者确信他们买到的是真正的五常大米成为乔文志面对的一道难题。

一番调查走访后，乔文志认识到，要做好的农产品，就要从全产业链上着眼谋划，把各环节串珠成链。“我们从源头抓起，从培育良种、建设基地开始，实现标准化种植，进行有机食品认证和绿色食品认证，按照认证的标准统一生产、种植和管理。”乔文志说，他还引入溯源体系，实现一品一码，即使远在万里之遥，人们坐在家中也能利用手机，清楚地看到水稻生长全过程。

育种是好米的源头。一个有竞争力的粮食企业，也要有自己最具竞争力的品种，这样产业发展才能有不可替代性。2010年，乔文志发现五常普遍种植的“稻花香2号”品种逐渐退化，不仅倒伏严重，口感也有损失。他成立乔府大院种业公司，聘请“稻花香2号”研发人之一、“国务院特殊津贴”获得者项文秀为总经理，与中科院合作，开发和改良品种，成功完成了“稻花香2号”的提纯复壮和“中科”系列新型优质水稻品种的培育，为东北水稻品质提升打开了新窗口。

有了良种，还要建设标准化种植基地。他带领当地农民成立了五常市杜家王家屯现代农业农机专业合作社，把附近8个村的5万亩土地集中在一起，实行连片种植。合作社探索搭建了“龙头企业+合作社+农户”的方式，鼓励农民用资金和土地入股合作社。小农户接入大产业，再借助数字农业科技，基地实现了水稻种植管理现代化。

## 把品牌做强做优

一产起步，接二连三。近年来，农村产业融合成为趋势，“农田变景区”深受市民欢迎。乔文志也没有放过这个机会，他建设乔府大院稻花香生态体验区，这里不仅有稻田观景台、观光长廊，还是五常市中小学生学习农业实践教育基地。基地每年设计、种植不同内容的稻田画，并根据水稻生长周期，举办插秧节、稻花节和开镰节活动，创建稻米文化馆，每年都有大批学生和游客来此体验农耕文化。后来，五常市稻花香生态体验区也被评为“全国休闲农业与乡村旅游星级示范企业(园区)”。

有了产业的根基，乔文志又在谋划企业更长远的未来——把品牌做强做优。近两年来，他不断进行产品升级，用品牌的力量扩大稻米的价值。他带领企业进行全国布局，进军200多个城市，在多个省份建立营销分公司，进驻永辉、大润发等生鲜超市，成为海底捞、鹿港等餐饮品牌的供应商。

稻米加工是一项为耕者谋利、为食者造福的产业。20余年来，乔府大院采用流转、入社、领办农民持股公司等形式，建立了40万亩水稻种植基地，每年以高出市场价格收购村民优质稻谷，带动周边11个乡镇35个村、8000多户农民累计增收近亿元。通过产业工人转型模式，拉动1000多人就业。

“坚持全产业链发展理念，越做产业链条越长，难度越大，责任也越大。如今，我国农业已经有了现代化发展雏形，农民也成为职业农民和产业工人。在发展的路上，我将用科技为五常大米的品牌发展插上翅膀。”展望未来，乔文志对农业信心满满。



五常市乔府大院农业股份有限公司董事长乔文志在水稻种植基地观察“稻花香2号”生长情况。(资料照片)

本版责编 向萌 王琳

『全国十佳农民』乔文志——一辈子干好一件事

本报记者 乔金亮